

Переговори в форматі онлайн можуть стати викликом для деяких видів бізнесу, проте, зростаюча необхідність використання цього інструменту змушує підприємців пристосовуватися до нових правил. Правильний підхід до відео конференцій є умовою вдалого проведення переговорів та отримання користі при такому форматі.

Список літератури:

1. Sydow L. Video Conferencing Apps Surge from Coronavirus Impact [Електронний ресурс]. AppAnnie. 2020: <https://www.appannie.com/en/insights/market-data/video-conferencing-apps-surge-coronavirus/>.

2. Nasher J. 10 Tips to Ace Online Negotiations [Електронний ресурс] / Jack Nasher // Forbes. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.forbes.com/sites/jacknasher/2020/05/14/forbes-top-10-to-ace-online-negotiations/?sh=5ded64fc4545>.

3. Плотніченко С.Р. Організація ділових переговорів в бізнесі / С.Р. Плотніченко // Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки) / За ред. Л.В. Синяєвої – Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2016. - №1 (30).- 163 с. С. 56-58.

4. Плотніченко С.Р. Етика менеджера в діловому спілкуванні / С.Р. Плотніченко // Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки) / За ред. Л.В. Синяєвої – Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2016. - №1 (30).- 163с.

5. Плотніченко С.Р., Гаврилюк І.І. Роль стратегічного управління при виході аграрних підприємств на зовнішній ринок / С. Р. Плотніченко, І. І. Гаврилюк // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки) / За ред. Л.В. Синяєвої – Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2014. - №4 (28).- 163 с. С. 148-150.

6. Плотніченко С.Р. Формування ефективного ринку сільськогосподарської продукції / С. Р. Плотніченко // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки) / За ред. Л.В. Синяєвої – Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2013. - №2 (22).- 389 с. С. 317-322.

## **ОРГАНІЗАЦІЯ ПРОВЕДЕННЯ ДІЛОВИХ ПЕРЕГОВОРІВ**

Плотніченко С.Р.

к.е.н., доцент

Ткачук Ю., Скребейко С.

Таврійський державний агротехнологічний університет  
імені Дмитра Моторного, Мелітополь

Для сучасної людини знання та навички проведення ділових переговорів є дуже важливими і корисними, тому актуальною є тема їх організації, правил поведінки під час ділових переговорів.

Під час ділових переговорів учасники мають керуватися правилами ділового етикету. Діловий етикет — це сукупність норм, які визначають доцільні дії людини в умовах ділових переговорів [1].

Основою успішного проведення переговорів та їх наслідків є завчасна та якісна підготовка до них, яка починається з визначення мети переговорів. Необхідно визначити також партнера по переговорах – знати що є партнер, його суспільне положення, релігійні та ідеологічні погляди, а також досить важливо знати можливі цілі вашого партнера для того, щоб краще розуміти психологію та особливості спілкування з ним, бути готовим навести влучні аргументи та парирувати його.

Важливим етапом підготовки є визначення стратегії і тактики ведення переговорів. Стратегія переговорів - найбільш загальне перспективне планування ходу переговорів, орієнтоване на досягнення мети переговорів. Тактика - це сукупність прийомів і методів, що визначають спосіб здійснення задуманої стратегії. Стратегія реалізується в тактиці. Практика ведення переговорів показує, що немає і не може бути єдиної стратегії їх проведення на всі випадки життя [3].

Визначивши це, можна займатися організаційною частиною, що полягає у складанні програми прийому, формуванні групи учасників переговорів, складанні повістки для кожного засідання [2]. Саме ця робота є однією із найбільш складних та вимагає великих витрат сил та часу, тому доручати її слід найвідповідальнішим працівникам. Під час роботи над організаційною частиною слід визначити де будуть проходити переговори та їх часові межі. Більшість ділових людей надають перевагу проведенню зустрічей на своїй території (у приміщенні своєї фірми). Господар може набором відповідних тактичних прийомів впливати на процес перебігу переговорів. Існують випадки, коли краще проводити переговори на території партнера. В першу чергу це можливість отримати додаткову інформацію про партнера, його фірму.

Розвиток міжнародного телефонного зв'язку, фототелеграфу (факс), стільникового телефону, мережі Internet, відеокommунікаторів (конференц-відеозв'язок) дозволяє полегшити процес організації і проведення переговорів і значною мірою відмовитися від організації очних зустрічей. Необхідно обговорювати тривалість зустрічі. Адже може статися так, що ваш партнер, якого не попередили про тривалість зустрічі, через півгодини після початку зустрічі вибачиться і, пославшись на необхідність виконання своїх не менш важливих справ, залишить вас. Обумовленого часу проведення зустрічі заведено обов'язково дотримуватись [4].

Наступним етапом підготовки до переговорів є опрацювання основного процесу переговорів, що передбачає аналіз проблеми і інтересів учасників переговорів і визначення можливих варіантів результатів переговорів.

Список літератури:

1. Електронний ресурс. – Режим доступу: [https://web.posibnyky.vntu.edu.ua/icgn/12lesko\\_etika\\_ta\\_psihologiya\\_dilovih\\_vid\\_nosin/p9.html](https://web.posibnyky.vntu.edu.ua/icgn/12lesko_etika_ta_psihologiya_dilovih_vid_nosin/p9.html)

2. Плотніченко С.Р Зв'язки з громадськістю як позитивний імідж в органах влади./ С.Р. Плотніченко, К.В. Анатасова // Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки) / За ред. Л.В. Синяєвої – Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2018. - №1 (30).- 163 с. С. 53-55.

3. Плотніченко С.Р.Організація ділових переговорів в бізнесі/ С.Р. Плотніченко// Збірник наукових праць ТДАТУ (економічні науки) / За ред. Л.В. Синяєвої – Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2016. - №1 (30).- 163 с. С. 56-58.

4. Плотніченко С.Р.,Гаврилюк І.І. Роль стратегічного управління при виході аграрних підприємств на зовнішній ринок/ С. Р. Плотніченко, І. І. Гаврилюк.// Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)/ За ред. Л.В. Синяєвої – Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2014. - №4 (28).- 163 с. С. 148-150.

5. Плотніченко С.Р., Формування ефективного ринку сільськогосподарської продукції / С. Р. Плотніченко, // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки)/ За ред. Л.В. Синяєвої – Мелітополь: Вид-во Мелітопольська типографія «Люкс», 2013. - №2 (22).- 389 с. С. 317-322.

## **КОРПОРАТИВНИЙ СТИЛЬ УПРАВЛІННЯ**

Плотніченко С.Р.

к.е.н., доцент

Юрійчук Д.А.

Таврійський державний агротехнологічний університет  
імені Дмитра Моторного, Мелітополь

Коли ми говоримо про корпоративний стиль управління, то судячи з назви можна дійти цілком логічного висновку, що він застосовується в корпораціях. Тому треба дати визначення корпораціям.

Корпорація- це певне об'єднання підприємств, що має особливості своєї правової форми. Сутність організаційної будови більшості корпорації полягає в тому, що вона ділиться на дві частини: виробнича та інтелектуальну або офісну.

Виробнича частина виготовляє певну продукцію та реалізую її в точки збуту, які були встановлені офісною частиною. В офісній частині вони проводять грошові розрахунки та інші роботи, що не потребує взаємодіяти з продуктом напряму. Винятком з цієї будови є ІТ-компанії, що спеціалізуються лише на розробці програмного забезпечення. Вони мають лише офісну частину.